



**PENGARUH AKTIVITAS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA
PT INDONESIA AMANAH HIDAYAH)**

Riska, Ummi Nadroh

Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,

Universitas Mulawarman

Abstrak

Artikel penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih mendalam terhadap aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh PT Indonesia Amanah Hidayah dan dampaknya terhadap citra perusahaan. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya mengintegrasikan CSR ke dalam strategi bisnis untuk menciptakan citra perusahaan yang baik dan berkelanjutan. CSR telah menjadi strategi penting dalam membangun hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat, serta meningkatkan nilai reputasi di mata publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dari data yang didapatkan melalui wawancara 10 narasumber 5 dari pihak eksternal perusahaan serta 5 dari pihak eksternal perusahaan selaku penerima manfaat CSR dan observasi lapangan mengenai program-program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program-program CSR PT Indonesia Amanah Hidayah, yang berfokus pada inisiatif seperti "Jumat Berkah", pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta dukungan untuk yayasan keagamaan dan panti asuhan, telah memberikan kontribusi positif terhadap citra perusahaan. Masyarakat kota Samarinda menunjukkan apresiasi yang tinggi terhadap inisiatif-inisiatif tersebut, yang berujung pada penguatan posisi perusahaan di industri.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Citra Perusahaan, PT Indonesia Amanah Hidayah, Program Sosial, Keberlanjutan.

PENDAHULUAN

Kini *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi sebuah kewajiban dan komitmen setiap perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan sekitar. Tanggung jawab sosial dan lingkungan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia telah diatur dalam pasal 74 Undang – Undang Republik Indonesia nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan serta peraturan pemerintah nomor 47 Tahun 2012 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perseroan terbatas. Setiap perusahaan sebagai entitas hukum memiliki kewajiban dalam melaksanakan kewajiban sosial dan lingkungan, khususnya bagi perusahaan yang beroperasi di sector yang memanfaatkan sumber daya alam.

Perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan sering kali menghadapi tantangan besar terkait citra mereka di masyarakat yang cenderung negatif karena dampak lingkungan dan sosial yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan. Meskipun sektor pertambangan memiliki peranan penting dalam perekonomian, kegiatan tambang sering kali dikaitkan dengan kerusakan lingkungan yang signifikan, seperti pencemaran air, kerusakan ekosistem, deforestasi, serta perubahan lanskap alam (Hassan & Sattar, 2018). Selain itu, perusahaan tambang juga sering dituduh mengabaikan kesejahteraan masyarakat sekitar dan sering terlibat dalam konflik sosial akibat pengusuran lahan dan hak-hak masyarakat lokal yang terabaikan (Miller et al., 2019). Perusahaan tambang juga seringkali dianggap lebih mementingkan keuntungan finansial dibandingkan tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka. Hal ini menyebabkan ketidakpercayaan publik terhadap perusahaan tambang, yang berpotensi mempengaruhi operasional mereka, baik dalam hal mendapatkan

izin operasi maupun menarik investasi (Harrison, 2020).

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *trading* batu bara, PT Indonesia Amanah Hidayah melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai wujud komitmen mereka untuk tetap peduli terhadap lingkungan dan masyarakat, terutama masyarakat yang berdomisili di daerah kantor pusat. Program CSR yang dijalankan oleh PT Indonesia Amanah Hidayah berfokus pada beberapa inisiatif kegiatan sosial seperti program jumat berkah, pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) serta dukungan kepada yayasan keagamaan dan panti asuhan. Pada dasarnya PT Indonesia Amanah Hidayah berpendapat bahwa menjalankan bisnis tidak hanya berkaitan dengan keuntungan tetapi juga bagaimana perusahaan tersebut memiliki kemampuan untuk tetap bertahan dan selaras antara kepentingan sosial dan komersial yang dijalankannya. Terlebih lagi jika kegiatan usaha yang mereka jalankan tersebut bergerak di bidang yang berkaitan dengan penggandaan sumber daya alam seperti halnya kegiatan bisnis pertambangan yang dijalankan oleh PT Indonesia Amanah Hidayah. Yang mana citra perusahaan yang beroperasi dalam sektor pertambangan sering kali dipandang negatif terkait dengan kerusakan lingkungan.

Pada dasarnya, CSR adalah kewajiban bagi organisasi bisnis untuk terlibat dalam aktivitas yang mendukung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Menurut Jasfra (2009) citra perusahaan dibentuk oleh penilaian masyarakat terhadap sejarah dan prestasi yang telah diraih perusahaan. Sebuah citra perusahaan dapat terbentuk dari berbagai aspek, seperti sejarah dan prestasi perusahaan yang cemerlang, kesetabilan keuangan, kualitas produk, keberhasilan dalam ekspor, hubungan yang baik dengan

industri lain, reputasi dalam menciptakan lapangan kerja keinginan untuk berkontribusi pada tanggung jawab sosial. Salah satu manfaat yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika mereka melaksanakan CSR dengan baik adalah citra perusahaan yang semakin meningkat (Rusdianto, 2013). Implementasi CSR yang baik dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan serta memperbaiki citra perusahaan.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan reputasi perusahaan pertambangan dan memperbaiki hubungan dengan pemangku kepentingan. CSR tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kewajiban sosial perusahaan, tetapi juga untuk menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan kesejahteraan sosial (Carroll, 2015). Melalui program CSR, perusahaan tambang dapat memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan masyarakat, seperti penghijauan kembali area bekas tambang, pengelolaan limbah yang lebih baik, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar (McWilliams & Siegel, 2001). Melaksanakan CSR dengan baik juga dapat memberikan berbagai keuntungan strategis, seperti meningkatkan kepercayaan masyarakat dan investor, memperbaiki hubungan dengan pemerintah dan masyarakat lokal, serta meningkatkan posisi kompetitif perusahaan di pasar global (Porter & Kramer, 2006). Implementasi program CSR yang transparan dan bertanggung jawab, seperti yang ditunjukkan oleh perusahaan-perusahaan tambang terkemuka, dapat meningkatkan citra perusahaan dan menciptakan nilai jangka panjang bagi pemangku kepentingan (Bhattacharya et al., 2008). Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti masalah ini dengan mengangkat

judul "**Pengaruh Aktivitas *Corporate Social Responsibility* terhadap Peningkatan Citra Perusahaan Studi Kasus pada PT Indonesia Amanah Hidayah.**"

METODE PENELITIAN

Menurut Moleong (2007,62) dalam bukunya metode penelitian Kualitatif, fokus penelitian merujuk pada batasan studi yang menentukan ruang lingkup penyelidikan guna memenuhi kriteria inklusi-eksklusi dari informasi yang di peroleh di lapangan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, bertujuan untuk memahami lebih mendalam tentang aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT Indonesia Amanah Hidayah serta dampaknya terhadap citra perusahaan. data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui dua teknik utama, yaitu wawancara dan observasi. wawancara dilakukan secara terstruktur dengan berbagai pihak, termasuk manajemen PT Indonesia Amanah Hidayah yaitu hrd, kepala divisi keuangan, kepala divisi logistik dan kepala divisi jpbm serta pemangku kepentingan lainnya untuk mendapatkan informasi tentang strategi dan implementasi program CSR. Adapun dari berbagai karyawan divisi yang berpartisipasi dalam kegiatan CSR yang memberikan pandangan dan pengalaman mereka terkait dampak dari program csr ini, dan juga perwakilan masyarakat yang menerima bantuan dari program CSR.

dengan cara ini, peneliti dapat menggambarkan dan menganalisis fenomena yang terjadi terkait aktivitas CSR dan persepsi masyarakat terhadap citra perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk program *Corporate Social Responsibility*

PT Indonesia Amanah Hidayah yang bergerak di bidang trading batu bara sejak tahun 2018 berkomitmen untuk memprioritaskan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai program *Corporate Social Responsibility*. Komitmen ini sejalan dengan visi dan misi dari program CSR perusahaan untuk memberikan kepedulian sosial kepada masyarakat. Kegiatan program CSR yang dilaksanakan oleh PT Indonesia Amanah Hidayah adalah kegiatan Jumat Berkah, santunan kepada warga yang terkena musibah, santunan kepada panti asuhan, dan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Implementasi Program *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah perwujudan dari sasaran organisasi dan prinsip etika perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial, khususnya sebagai entitas yang bergerak di sector pertambangan dan perdagangan batu bara, PT Indonesia Amanah Hidayah berkewajiban untuk melaksanakan program pemberdayaan masyarakat atau CSR sesuai dengan peraturan pemerintah dan undang – undang yang berlaku. keberhasilan pelaksanaan CSR di PT Indonesia Amanah Hidayah dapat diukur melalui enam indikator yang meliputi proporsi bantuan berdasarkan cakupan wilayah sesuai dengan dampak yang ditimbulkan, perencanaan, mekanisme, pemantauan, dan evaluasi dilakukan berdasarkan pedoman CSR, dengan melibatkan pemangku kepentingan, memastikan keberlanjutan program, serta menilai dampak nyata dari pelaksanaannya.

a. Proporsi Bantuan

Penentuan alokasi bantuan di setiap wilayah disesuaikan dengan prioritas yang telah ditentukan

berdasarkan anggaran dan kesepakatan bersama. hal ini bertujuan agar bantuan yang diberikan tepat sasaran dan dapat disalurkan secara optimal. sebelum program dilaksanakan, perusahaan harus menentukan wilayah atau sasaran bantuan dengan tepat. PT Indonesia Amanah Hidayah memprioritaskan wilayah kota Samarinda sebagai lokasi pelaksanaan program CSR. pembagian wilayah dilakukan berdasarkan kedekatan lokasi dengan kantor dan tingkat risiko yang mungkin timbul akibat kegiatan operasional perusahaan, sehingga wilayah terdekat menjadi prioritas utama. pelaksanaan CSR memerlukan perencanaan yang jelas sesuai dengan mekanisme yang ada. perencanaan menjadi acuan untuk memastikan program berjalan dengan sistematis dan terarah. Setelah perencanaan disusun dan program dijalankan, maka monitoring dilakukan secara berkala untuk mengevaluasi pencapaian tujuan serta mendeteksi kemungkinan penyimpangan yang memerlukan tindakan korektif. Evaluasi selanjutnya dilakukan untuk perbaikan di masa mendatang. Dengan demikian PT Indonesia Amanah Hidayah melaksanakan CSR berdasarkan perencanaan yang dibahas Bersama dari berbagai pihak dan kegiatan monitoring serta evaluasi dilakukan secara bertahap oleh pihak manajemen perusahaan dan karyawan.

Keberhasilan setiap program CSR diukur dari hasil nyata yang dapat dilihat dan dibuktikan melalui pelaksanaan program CSR PT Indonesia Amanah Hidayah telah dirasakan oleh masyarakat yang terbantu melalui bantuan tersebut. Setiap program yang diajukan telah terlaksana dengan baik dan menghasilkan pencapaian sesuai dengan rencana yang telah disusun. Program CSR PT Indonesia Amanah Hidayah mencerminkan komitmen perusahaan dalam memberikan dampak positif. Terlihat melalui kegiatan Jumat

berkah, pemberdayaan UMKM, tanggung jawab sosial terhadap panti asuhan dan bidang keagamaan serta tanggung jawab sosial terhadap masyarakat yang terkena musibah. saat ini PT Indonesia Amanah Hidayah mengfokuskan diri pada program - program ini dikarenakan merupakan kebutuhan mendasar masyarakat.

b. Cakupan wilayah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR PT Indonesia Amanah Hidayah (Indah Group) dirancang sesuai dengan standar wilayah yang diprioritaskan sebagai penerima manfaat. Wilayah tersebut mencakup area terdekat dengan perusahaan atau alokasi yang paling terdampak oleh aktivitas operasionalnya. PT Indonesia Amanah Hidayah menjalankan program CSR di beberapa lokasi, namun saat ini lebih memusatkan perhatian pada komunitas yang membutuhkan. Program tersebut meliputi kegiatan Jumat Berkah di sekitar kantor perusahaan, bantuan bagi korban kebakaran, dukungan untuk kegiatan keagamaan dan panti asuhan, serta pemberdayaan UMKM.

Penelitian ini sejalan dengan indikator yang menyatakan bahwa indentifikasi penerima manfaat dilakukan secara sistematis dan rasional berdasarkan skala prioritas yang telah ditetapkan. Pembagian wilayah bertujuan untuk mengidentifikasi area yang membutuhkan perhatian lebih banyak dan layak menjadi fokus utama bantuan CSR perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa PT Indonesia Amanah Hidayah telah memberikan bantuan sesuai dengan wilayah yang telah ditentukan secara jelas dan tepat sasaran. Tujuan pembagian wilayah ini adalah untuk memastikan target atau area priotitas perusahaan dalam penyaluran bantuan lebih terarah.

c. Perencanaan, Mekanisme, Monitoring dan evaluasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan dan mekanisme pelaksanaan CSR PT Indonesia Amanah Hidayah didasarkan pada pedoman yang telah ditetapkan oleh kementerian terkait program CSR. Pedoman tersebut mencakup beberapa pilar yang dirancang untuk mengakomodasi berbagai kondisi dan kebutuhan masyarakat secara komprehensif. Proses perencanaan dilakukan melalui diskusi Bersama yang melibatkan manajemen perusahaan dan karyawan. Setelah program dilaksanakan tim kordinasi akan melakukan monitoring secara intensif setiap 1 hingga 3 bulan untuk memastikan bahwa proses dan pencapaian sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. monitoring ini bertujuan untuk mendeteksi adanya penyimpangan atau keterlambatan sehingga perusahaan dapat segera mengambil langkah perbaikan agar kegiatan tetap berjalan sesuai target. proses monitoring ini dilakukan secara kolaborasi dengan manajemen perusahaan dan karyawan. Pada tahap akhir, evaluasi dilakukan secara Bersama untuk menentukan program mana yang perlu dilanjutkan, ditingkatkan, atau dihentikan. Penelitian ini sesuai indikator yang dikemukakan oleh Kartini (2009), yang menyatakan bahwa pedoman kebijakan merupakan dasar pelaksanaan program CSR. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa PT Indonesia Amanah Hidayah melibatkan berbagai pihak dalam Menyusun perencanaan, sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih adil dan bijaksana. Pemantauan dan evaluasi juga dilakukan secara bertahap dengan melibatkan manajemen perusahaan dan karyawan yang berpartisipasi.

d. Pelibatan Stakeholder (stakeholder engagement)

hasil penelitian bahwa pihak PT Indonesia Amanah Hidayah melibatkan berbagai pihak, termasuk karyawan dan masyarakat, dalam pelaksanaan program CSR. Karyawan berperan aktif dalam pengawasan dan musyawarah, yang bertujuan untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab sehingga mereka lebih berkomitmen menjaga kelangsungan program-program yang telah berjalan dengan baik. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa PT Indonesia Amanah Hidayah berhasil melibatkan karyawan dan masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan CSR, di mana keduanya memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan program CSR. Rasa tanggung jawab telah ditanamkan dalam diri karyawan sehingga mereka berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan CSR yang dijalankan oleh perusahaan.

e. Keberlanjutan (sustainability)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Indonesia Amanah Hidayah berkomitmen untuk memastikan keberlanjutan kegiatan CSR melalui program-program yang melibatkan karyawan secara efektif. salah satu inisiatif adalah jumat berkah, yang direncanakan untuk dilaksanakan secara rutin setiap minggu. dalam kegiatan ini, karyawan berperan sebagai relawan, memberikan bantuan kepada masyarakat, dan membangun kesadaran tentang pentingnya berbagi. Keberlanjutan program ini akan diperkuat dengan evaluasi berkala terhadap lokasi dan jenis bantuan yang diberikan, serta umpan balik dari masyarakat untuk meningkatkan efektivitas program. Selain itu, PT Indonesia Amanah Hidayah juga berkomitmen untuk memberikan dukungan kepada masyarakat yang terkena musibah, seperti kebakaran,

dengan membangun kemitraan dengan organisasi lokal dalam situasi darurat.

Dalam konteks kegiatan keagamaan, PT Indonesia Amanah Hidayah akan menjalin kerjasama yang lebih erat dengan komunitas lokal dan pengurus tempat ibadah, dengan dukungan finansial dan material yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik masyarakat. Selain itu, perusahaan akan mengadakan acara keagamaan yang melibatkan karyawan untuk memperkuat ikatan sosial dan spiritual di antara semua pihak. Untuk mendukung panti asuhan, perusahaan akan terus melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap kebutuhan panti asuhan, melibatkan karyawan dalam kegiatan penyaluran dana dan sumbangan.

Akhirnya, PT Indonesia Amanah Hidayah akan memperluas program pemberdayaan UMKM dengan mengadakan bazaar untuk pelaku usaha kecil. kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk lokal dan membangun jaringan antara karyawan dan pengusaha, serta mencari peluang untuk membantu UMKM dalam pemasaran akses ke pasar yang lebih luas. Dengan pendekatan ini, PT Indonesia Amanah Hidayah berupaya menciptakan dampak jangka panjang yang positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar melalui keterlibatan aktif karyawan dalam setiap program CSR yang dilaksanakan.

f. Hasil Nyata (outcome)

Penelitian ini menunjukkan bahwa PT Indonesia Amanah Hidayah telah melaksanakan berbagai inisiatif Corporate Social Responsibility (CSR) yang memberikan dampak positif nyata bagi masyarakat dan karyawan.

a) Jumat berkah : Kegiatan ini berhasil menyediakan bantuan pangan dan makanan kepada ratusan keluarga kurang mampu setiap minggu. Dengan melibatkan karyawan sebagai relawan dalam proses pengemasan dan

distribusi, program ini tidak hanya membantu masyarakat, tetapi juga meningkatkan rasa solidaritas dan kepedulian di antara karyawan. Umpan balik dari penerima bantuan menunjukkan peningkatan kepuasan dan rasa terima kasih yang tinggi terhadap inisiatif ini.

b) Bantuan untuk korban kebakaran: Dalam situasi darurat kebakaran, PT Indonesia Amanah Hidayah menunjukkan respons cepat dengan mengidentifikasi lokasi terdampak dan memberikan bantuan yang tepat waktu. Ratusan paket sembako, air bersih, dan perlengkapan medis berhasil didistribusikan kepada keluarga yang membutuhkan. Kegiatan ini meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya solidaritas, dan karyawan merasa lebih terlibat dalam upaya membantu sesama.

c). Kegiatan Keagamaan: Dukungan PT Indonesia Amanah Hidayah terhadap kegiatan keagamaan telah memperkuat ikatan sosial dalam komunitas. melalui penyelenggaraan acara pengajian dan perayaan hari besar, perusahaan berhasil meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan. Sumbangan alat dan fasilitas tempat ibadah juga telah membantu meningkatkan kualitas kegiatan keagamaan, memperkuat rasa kebersamaan di antara warga.

d). dukungan untuk panti asuhan: PT Indonesia Amanah Hidayah memberikan bantuan signifikan kepada panti asuhan, termasuk makanan sehat, pakaian, dan alat tulis. Kegiatan pendidikan dan pelatihan yang dilaksanakan di panti asuhan telah membantu anak-anak mendapatkan akses yang lebih baik ke pendidikan. interaksi langsung antara karyawan dan anak-anak di panti asuhan menciptakan hubungan positif yang mendukung perkembangan mental dan emosional anak-anak.

e). Pemberdayaan UMKM: Program pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh PT Indonesia Amanah Hidayah berhasil meningkatkan penjualan para penjual umkm. Dengan memanggil merka datang ke kantor dan menjajahan jualan mereka banyak pelaku UMKM melaporkan peningkatan penjualan. interaksi langsung antara karyawan

dan pelaku usaha kecil tidak hanya memperkuat jaringan sosial, tetapi juga memberikan wawasan berharga tentang pentingnya mendukung terhadap para penjual umkm. **Dampak Corporate Social Responsibility pada citra perusahaan**

Corporate Social Responsibility berpengaruh pada citra perusahaan dimana masyarakat membentuk kesan berdasarkan pengalaman dan pengetahuan mereka tentang perusahaan. kesan ini dipengaruhi oleh berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dan dampaknya terhadap masyarakat, baik bersifat positif maupun negatif. Kegiatan sosial perusahaan dapat berbentuk pandangan masyarakat terhadap perusahaan. Meskipun perusahaan tambang sering kali dianggap berkontribusi negative terhadap lingkungan, melalui program CSR, perusahaan dapat menunjukkan perannya dalam mendukung dan memberdayakan masyarakat. Masyarakat merasa senang karena menerima bantuan dari kegiatan CSR, dan mereka menilai bahwa dampak yang diberikan oleh PT Indonesia Amanah Hidayah sangat memuaskan serta membantu perekonomian mereka. Setiap program CSR yang direncanakan memerlukan dukungan masyarakat, karena tanpa dukungan tersebut, program-program ini tidak dapat dilaksanakan dengan efektif. Sedangkan dampak negative dari program ini, kegiatan sosial perusahaan dapat mempengaruhi cara masyarakat menilai

perusahaan. Di satu sisi, perusahaan tambang sering kali dilihat hanya sebagai penyebab kerusakan lingkungan. Namun mereka mencoba memperbaiki citra melalui program CSR, meskipun ada skeptisisme. Masyarakat mungkin merasa senang mendapat bantuan dari program-program CSR, tetapi ada yang berpendapat bahwa dampak dari PT Indonesia Amanah Hidayah belum cukup signifikan untuk membantu perekonomian mereka. Selain itu, setiap program CSR membutuhkan dukungan masyarakat, dan tanpa dukungan tersebut, inisiatif ini berpotensi gagal.

PT. Indonesia Amanah Hidayah telah melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) kepada masyarakat, yang mendapatkan pandangan dan penilaian positif dari mereka. Masyarakat menyatakan bahwa mereka merasa senang dan sangat terbantu dengan adanya bantuan CSR dari PT. Indonesia Amanah Hidayah. Dukungan masyarakat terhadap program CSR ini juga berkontribusi pada keberhasilan pelaksanaannya. Implementasi CSR oleh PT. Indonesia Amanah Hidayah dinilai mampu meningkatkan citra perusahaan, sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yunita Evarista (2019) berjudul *Implementasi Program Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Citra Perusahaan*

PT Khotai Makmur Insan Abadi Tenggara Sebeberang, yang menunjukkan bahwa CSR yang dilakukan oleh PT. Khotai Makmur Insan Abadi juga berhasil meningkatkan citra perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, seluruh dimensi *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan pengaruh positif terhadap citra Perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR)

memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap citra perusahaan, terhadap Perusahaan PT Indonesia Amanah Hidayah. Melalui implementasi program CSR yang berfokus pada kepedulian sosial dan kesejahteraan masyarakat, perusahaan PT Indonesia Amanah Hidayah tidak hanya mampu meningkatkan nilai tambah bagi dirinya sendiri, tetapi juga memperkuat hubungan dengan masyarakat dan pemangku kepentingan. Berbagai kegiatan CSR yang dilaksanakan, seperti Kegiatan Jumat Berkah, bantuan untuk korban kebakaran, dukungan untuk acara keagamaan, bantuan kepada panti asuhan, dan pemberdayaan UMKM, menunjukkan komitmen perusahaan dalam memenuhi aspirasi dan kebutuhan masyarakat. PT Indonesia Amanah Hidayah berhasil membangun persepsi dan stigma positif di masyarakat, meskipun tetap menjalankan tujuan bisnis untuk meraih keuntungan. Keberhasilan program-program CSR tersebut berkontribusi dalam membentuk citra perusahaan sebagai entitas yang peduli terhadap masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, program CSR menjadi aset berharga yang mendukung keberlanjutan reputasi dan pengenalan perusahaan di tengah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- , J. (2009). *Manajemen Citra Perusahaan*. Jakarta: Salamba Empat.
- Archie B. Carroll. (1991). Definisi Dan Piramida CSR. *Ilmiah*, 10-15.
- Bhattachary, C.B., Korusum D., & Sen, S. (2008). Corporate Social Responsibility and Customer Loyalty. *Journal Of Marketing*, 72(3), 26-38.
- Corroll, A.B. (2015). Corporate Social Responsibility : A Three-Domain Approach. *Business and Society Review*, 144(4), 479-506.
- CV. DUTA MEDIA. (2020). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. In M. Mohammad Hamim Sultoni, *CORPORATE SOCIAL*

Riska, Ummi Nadroh

Pengaruh Aktivitas Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan.....(Hal 2125-2133)

RESPONSIBILITY (kajian korelasi program CSR terhadap citra perusahaan) (p. 82). Lekoh Barat Bangkes Kadur Pamekasan: Duta Media Publishing.

Dina A.O ,Eka Septian S , Intan Agelina S, Laila Nurul H, Vicky F Sanjaya . (2020). Pengaruh penerapan strategi CSR (Corporate Sosial Responsibility) dalam meningkatkan citra perusahaan pada PT Pertamina (persero). *Jurnal of sosial*, 8-9.

Friedman, M. (2020). *The Sosial Responsibility Of Business is Incriase Profit*. Depok: Gema insani.

Hadi. (2011). Corporate Sosial Responsibility. *jurnal of sosial*, 5, 20-21.

Hadi, N. (2011,2009). Corporate Sosial Responsibility. *Transpormasi Konsep Sustainabilty Managemen Dan Implementasi Di indonesia*, 50-62.

Harrison, J. (2020). The Impact Of Corporate Sosial Responsibility On Reputation. *Bussines Strategy And The Environmen*, 4(29), 1753-1764.

Hassan, M. &. (2018). Sustainabilty And Corporate Sosial Responsibility : Mining Industry Perspective. *Journal Of Environmental Management*(230), 156-169.

Jasfar, F. (2011). Manajemen Jasa pendekatan terpadu . *Ghalia Indonesia* .

Khasali, R. (2003). *Manajemen Public Relation & Aplikasinya Di indonesia* . Jakrta: Pustaka Utama Grafiti.

Kotler, P. &. (2014). *Marketing Manajemen edisi Ke -15*. Prentice Hall: Saddle River.

M.A.B, M. H. (2020). *Corporate Sosial Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan)*. Lekoh Barat Bangkes Kadur Pamekasan: Duta Media Publishing.

Mc Williams, A. &. (2001). Corporate Sosial Responsibility: A Theory Of the Firm Perspective. *Academy Of Managemen Review*, 26(1), 117-127.

Miller, T. &. (2019). Sosial Responsibility in Mining and the role of Community Relation. *International Journal of Mining*, 33(3), 215-228.

Porter, M. &. (2006). Strategy And Society: The link Between Competitive Advantage and Corporate Sosial Responsibility. *Harvard Business Rivew*, 84(12), 78-92.

Pustaka, k. (2023, April 13). *Citra Perusahaan (Pengertian,Fungsi,Jenis,Indikator dan Strategi Pembentukan)*. Retrieved from Kajian Pustaka.com: <https://www.kajianpustaka.com/2020/10/citra-perusahaan.html>

Ratna, L. (2017). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Sosial Responsibility)*. Bengkulu: Grafika utama Grafiti.

Ruawamas, L. R. (2023). Implementasi Corporate Sosial Responsibility Berdasarkan Konsep Triple Bottom Line Pada PT Bank Sulut Go. *Corporate Sosial Responsibility*, 04(4), 1-6.

Rukhawati N., &. R. (2016). *Corporate Sosial Responsibility (CSR) dalam Perspektif Hukum di Indonesia* . Jakarta : Sinar Grafika.

Sari, Y. (2019, November 24). *Corporate Sosial Responsibility*. Retrieved from Perpustakaan Digital: https://digilib.polban.ac.id/files/disk1/232/jbp_tppolban-gdl-yulansari1-11587-3-bab2--2.pdf

Suriany, L. (2008, April 1). Penerapan Corporate Sosial Responsibility Dengan Konsep Community Based Tourism. *Jurnal Ilmu Komonikasi*, 5(1), 5- 12.

Vegawati, S. M. (2015). Pengaruh Program Corporate Sosial Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Survey pada wilaya di desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan Lawang Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 20(1), 5-8.

Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep dan aplikasi Corporate sosial Responsibility (CSR)*. Jakarta: Fascho Publishing.